L'importanza dei motori di ricerca verticali, e loro differenze con i portali

I portali sono siti costruiti per fornire un'elevata quantità di informazioni all'utente: i portali solitamente consentono una navigazione interna al portale stesso in molte pagine, spesso suddivise in categorie e sotto-categorie.

Esistono portali web "generali", in cui le informazioni riguardano svariate categorie, e portali verticali, che si concentrano su settori specifici, come il mercato immobiliare. Questi portali consentono all'utente di navigare attraverso le loro pagine e di cercare i prodotti (ad esempio, immobili in vendita o in affitto) che soddisfino le loro richieste.

Un motore di ricerca verticale, al contrario, si concentra intensamente su di una nicchia di mercato.

Il focus estremo su di un solo settore e' quello che differenzia i motori di ricerca verticali dai motori tradizionali come ad esempio Google. La verticalità consiste proprio nell'andare a fondo nelle caratteristiche dei prodotti e fornire i risultati più rilevanti per l'utente, in una maniera chiara ed immediata.

Per fare un esempio, e' come uno di quei negozi specializzati in prodotti tipici o vino, dove lo staff e' molto preparato ed e' in grado di trovare prodotti che semplicemente non si trovano (o che impiegheresti molto tempo a trovare) al supermercato.

In apparenza, si potrebbe pensare si tratti di due tipologie di siti piuttosto simili, poiché lo scopo ed il risultato finale (la ricerca e la scoperta di un prodotto in base a dei parametri stabiliti) sono gli stessi. Tuttavia, il processo, la strada da percorrere, sono molto diversi: se su un portale l'utente deve navigare attraverso una serie di pagine per individuare la categoria desiderata, un motore di ricerca consente, appunto, di effettuare una ricerca a monte e navigare solamente tra le pagine contenenti i risultati desiderati, filtrati in precedenza proprio grazie agli algoritmi dei motori.

Nel settore immobiliare, ad esempio, un motore di ricerca verticale consente di ottenere semplicemente effettuando delle query specifiche gli stessi risultati che, su un portale, richiederebbero una navigazione più impegnativa. Un motore e' in grado di "individuare" le informazioni rilevanti dai portali stessi, attraverso il crawling delle pagine stesse dei portali, oppure tramite l'invio dei dati stessi dai portali ai motori: grazie a questi strumenti, per un motore di ricerca sarà molto semplice individuare degli appartamenti in affitto a Roma oppure degli appartamenti in vendita a Milano.

In conclusione, vogliamo sottolineare come l'utilizzo dell'uno non escluda l'utilizzo dell'altro: una volta effettuata la ricerca del prodotto sul motore di ricerca, infatti, l'utente ha bisogno di ottenere ulteriori informazioni sul prodotto stesso, ed e' sul portale che ciò avviene.

Autore: Matteo Starri, Lokku Ltd.